

พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

THAI TOURIST TRAVELING BEHAVIOR IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

นางสาวปริณา ลาปะ

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

E-mail: parina.muay@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยแจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ราย ผลการศึกษานี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติวิทัศน์ เหตุผลที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาในวันหยุดสุดสัปดาห์ การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬาเลือกมาที่ป่าเลไลยก์ใหญ่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่เลือกมาที่สวนสัตว์นครราชสีมา พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยว มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท สินค้าที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือสินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้านที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือขนม สินค้าที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือพวงกุญแจ เครื่องจักสานที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระเป๋า เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระถางต้นไม้ดินเผา ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา

Abstract

The purposes of this study were to study of Thai tourists behavior who come to visit Nakhon Ratchasima tourist attraction to compare Thai tourists behavior who come to visit tourist attraction in Nakhon Ratchasima by age, occupation and income.

The data were collected data by using questionnaires from 400 Thai tourists who were visiting Nakhon Ratchasima. The results illustrate that most tourists liked to visit the natural scenery. The reason to travel was mainly relaxing. Most of tourists made a decision to visit by themselves. Tourists who would like to visit cultural attraction chose to visit Suranaree Monument. Tourists who would like to visit entertainment and sports attraction chose to come to Palio, Khaoyai. Tourists who come to conference or seminar chose Nakhon Ratchasima zoo. Majority of tourists traveled by their personal car. Frequency of travelling was more than 6 times a year, return-trip, stay in hotel or resort. The average spending was less than 10,000 baht. The popular merchandise were souvenir, traditional food, and snack. The most favorite tourists souvenir was keyring and bags. The most favorite tourists pottery was earthenware pot. Tourists always traveled with family and relatives.

Keywords : Travel behavior, Tourists, Tourists in Nakhonratchasima

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ด้านอาหารมีให้เลือกมากมายหลากหลายรูปแบบ การคมนาคมที่สะดวกสบาย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีประวัติศาสตร์ชาติไทย วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี รวมไปถึงการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่ประเทศอื่นๆ ไม่มีและชนชาติอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้เพราะมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครรวมกับการที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์และสวยงามไม่แพ้ที่ใดในโลก (สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันถือว่ามียุทธศาสตร์สำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศมากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปีซึ่งเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าเกษตรโดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ ในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายๆ ประเทศและมีการเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องโดยในระยะหลังได้มีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้นและพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในด้านเทคโนโลยี ด้านคมนาคมและด้านโทรคมนาคมซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกมากมาย อาทิ โรงแรมที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทำให้มีบทบาท

สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงด้านการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยเศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลารวดเร็วมากกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ จนอาจกลายเป็นสถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2555)

“ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” หรือภาคอีสานเป็นอีกหนึ่งปลายทางท่องเที่ยวที่คนไทยเลือกเดินทางไปสัมผัสอากาศหนาวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ทั้งนี้ด้วยแรงดึงดูดจากความโดดเด่นหลายด้านของภูมิกาศนี้ โดยนอกจากบรรยากาศของกลิ่นอายฤดูหนาวด้วยอากาศที่หนาวเย็นแล้ว นอกจากนี้ เส้นทางที่เชื่อมโยงหัวเมืองสำคัญ (อาทิ อุดรธานี หนองคาย อุบลราชธานี เป็นต้น) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว (เส้นทางอุดรธานี-หนองคาย-เวียงจันทน์ หรืออุบลราชธานี-ปากเซ) และ กัมพูชา เป็นต้น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางบก (เส้นทางถนน และรถไฟ) นำไปสู่การเติบโตของธุรกิจบริการขนส่งผู้โดยสารเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวคนไทยที่มีแผนเดินทางไปเที่ยวประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเกื้อหนุนการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉพาะแบบเข้าไป-เย็นกลับ

สำหรับปลายทางท่องเที่ยวในภาคตะวันออก-เฉียงเหนือที่คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปลายปีมากเป็นอันดับ 1 คือ นครราชสีมา (อาทิ เช่น ปากช่อง

วังน้ำเขียว เป็นต้น) ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากตลาดนักท่องเที่ยวหลัก คือ คนกรุงเทพฯ นิยมเลือกเดินทางไปสัมผัสอากาศหนาวเย็นตามปลายทางท่องเที่ยวระยะใกล้ (ด้วยค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะด้านการเดินทางที่ถูกกว่าการเดินทางไปยังเมืองท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน) ประกอบกับในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีการพัฒนาโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บ้านพักตากอากาศ รวมถึงคอนโดมิเนียม ที่มีสไตล์โดดเด่นเฉพาะตัว (เช่น การออกแบบและตกแต่งสไตล์อังกฤษ/อิตาลี เป็นต้น) เหล่านี้ นอกจากจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบและระดับราคาที่พักให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้อย่างครอบคลุม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่เรียกกันว่า “โคราช” ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูง ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบมีธรรมชาติที่งดงามได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้าน ได้ความรู้ด้านการเกษตรจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งยังได้อิ่มอร่อยกับอาหารอีสานต้นตำรับ และเลือกซื้อหาสินค้าเกษตรและหัตถกรรมพื้นบ้าน ในดินแดนที่เปรียบเหมือนประตูสู่ภาคอีสาน ด้วยทำเลที่ตั้งจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดที่เป็นที่นิยมอันดับต้นๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวงและจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) โดยมีสถิติการท่องเที่ยวของนครราชสีมา ปี 2552 - 2554 ดังนี้ ในภาพรวมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ปี

2556 มีการเติบโตอยู่ในแดนบวกที่ร้อยละ 15.47 โดยเฉพาะคนไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 15.68 ขณะเดียวกันชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.60 ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตมาจากแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ฟาร์มโชคชัย อีกทั้งสินค้าตัวใหม่ คือ โฮมสเตย์และแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรที่อ.วังน้ำเขียว ซึ่งจัดเป็นสินค้ามาแรงในกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย ในลักษณะการท่องเที่ยวพักผ่อนแบบครอบครัว กลุ่มเพื่อน โดยมีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวที่วังน้ำเขียว ร้อยละ 38.80 จากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ งานเทศกาลเที่ยวพimai (มิไนท์ แอนด์ ชาวด์) งานปากช่องควาบอย เฟสตีวัล งานเทศกาลอุ้งนุ่ Khao Yai Festival การส่งเสริมเส้นทางธรรมชาติ และโครงการบัตรเที่ยวเดียวเที่ยวอีสาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) เป็นต้น

ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวพักค้างมีระยะเวลาพำนักร้อยละในจังหวัดนครราชสีมาประมาณ 2.41 วัน และจากจำนวนนักท่องเที่ยว คำนวณค่าใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 873.43 บาท โดยเป็นการใช้จ่ายในหมวดค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณหารายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวพักค้าง คิดเป็นเม็ดเงิน 6,656.61 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 644.55 บาท ก่อให้เกิดรายได้ 1,158.77 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครราชสีมาจะเท่ากับ 7,815.38 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 829.73 บาท

ทั้งนี้ สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2552 – 2554 มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2552 – 2554

รายการ	2552	2553	2554
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	3,929,523	5,232,940	5,771,424
○ ชาวไทย	3,824,094	5,124,864	5,671,679
○ ชาวต่างประเทศ	105,429	108,076	99,745

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	2552	2553	2554
จำนวนนักท่องเที่ยว	2,136,148	2,838,155	3,218,835
o ชาวไทย	2,054,313	2,756,760	3,143,633
o ชาวต่างประเทศ	81,835	81,395	75,202
จำนวนนักท่องเที่ยว	1,793,375	2,394,785	2,552,589
o ชาวไทย	1,769,781	2,368,104	2,528,046
o ชาวต่างประเทศ	23,594	26,681	24,543
ระยะเวลาพำนักระหว่างนักท่องเที่ยว (วัน)	2.68	2.53	2.46
o ชาวไทย	2.72	2.52	2.44
o ชาวต่างประเทศ	1.58	2.79	3.22
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คนวัน)			
ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย	891	880	1,026
o ชาวไทย	881	866	1,015
o ชาวต่างประเทศ	1,407	1,382	1,462
นักท่องเที่ยว	969	935	1,122
o ชาวไทย	959	919	1,109
o ชาวต่างประเทศ	1,486	1,435	1,517
นักทัศนาจร	641	716	730
o ชาวไทย	637	714	728
o ชาวต่างประเทศ	975	932	927
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)			
ผู้เยี่ยมเยือน	6,664	8,433	10,745
o ชาวไทย	6,479	8,082	10,355
o ชาวต่างประเทศ	184	351	389
สถานประกอบการที่พักแรม			
จำนวนห้องพัก	8,972	12,075	10,435
อัตราเข้าพัก (%)	23.06	23.01	34.66
จำนวนผู้เข้าพักแรม	1,264,051	2,107,633	2,658,030
o ชาวไทย	14,187,501	2,027,837	2,584,906
o ชาวต่างประเทศ	76,551	79,796	73,124

ที่มา : สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ
จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2552 – 2554.

จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>

อนึ่งงานวิจัยในอดีต เช่น พิสมัย ประชานันท์ และคณะ (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ อนุชิต พึ่งปัญญา (2553) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่ม้งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงปี 2555 - 2556 ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถใช้เป็นสารสนเทศให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาได้อย่างแท้จริง

ปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และระดับรายได้ และปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคมปัจจัย ด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นทางการตลาด สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ความรู้ ประสบการณ์ ความเกี่ยวข้อง และรูปแบบการใช้ชีวิต เป็นต้น จะเห็นว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยหลัก ซึ่งงานวิจัยแต่ละงานระบุตรงกันว่าเป็นปัจจัยซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ปี 2557 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนมิถุนายน - เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยทำการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบบสอบถามดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน (Multiple choices) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เหตุผลที่มาท่องเที่ยว ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ พานะ ความถี่ ที่พัก ค่าใช้จ่าย และช่วงเวลาในการมาเที่ยว รวมทั้งสินค้าที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้าน และแหล่งข้อมูลข่าวสาร และตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ให้เขียนตอบตามอิสระ ในลักษณะแบบปลายเปิด (Opened Form)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง

และรอเก็บแบบสอบถามคืนจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจำนวน 20 แหล่ง แหล่งละ 20 ตัวอย่าง ดังนี้ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ปาโล้อีเขาใหญ่ บ้านรมคว้น เขาใหญ่ วังเฒ่า จังหวัดนครราชสีมา เมืองควบอย เขาใหญ่ ตลาดน้ำกลางดง เขื่อนลำตะคอง สวนสัตว์นครราชสีมา วัดบ้านไร่ อุทยานแห่งชาติทับลาน อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ผาเดียวดาย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ปราสาทพะโค พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน นครราชสีมา ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ หาดชมตะวัน วัดศาลาลอย ในช่วงเดือน มิถุนายน - เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 400 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ร้อยละ 52.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.5 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 75.5 มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 47.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 48.00 มีอาชีพเป็นนักศึกษา

2. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครราชสีมา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกมาชมธรรมชาติวิวทัศน์ จำนวน 240 คน (ร้อยละ 29.6) โดยส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน จำนวน 312 คน (ร้อยละ 38.2) และตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวท่านเอง จำนวน 256 คน (ร้อยละ 39.0)

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในวันหยุดประจำสัปดาห์ จำนวน 164 คน (ร้อยละ 41.0) โดยมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 280 คน (ร้อยละ 28.6) อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จำนวน 278 คน (ร้อยละ 22.6) ป่าลิโด้เขาใหญ่ จำนวน 326 คน (ร้อยละ 48.5) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 362 คน (ร้อยละ 56.8) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา มากกว่า 6 ครั้ง/ปี จำนวน 158 คน (ร้อยละ 39.5) โดยมาเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ จำนวน 270 คน (ร้อยละ 67.5)

ในการเดินทางท่องเที่ยวนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 156 คน (ร้อยละ 39.0) และใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 190 คน (ร้อยละ 47.5) ทั้งนี้ สินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อกลับบ้าน สินค้าที่ระลึก จำนวน 288 คน (ร้อยละ 39.9) อนึ่ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 276 คน (ร้อยละ 22.5)

ตารางที่ 2 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ					
	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	n	%	n	%	n	%
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว						
○ ชมโบราณสถาน	170	29.01	58	25.11	10	29.42
○ ชมธรรมชาติทิวทัศน์	184	31.40	43	18.61	8	23.53
○ นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์	122	20.82	60	25.97	8	23.53
○ ชิมอาหารพื้นเมือง	96	16.38	50	21.65	4	11.76
○ ห้างสรรพสินค้า	14	2.39	20	8.66	4	11.76
รวม	586	100	231	100	34	100
ด้านเหตุผลที่มาท่องเที่ยว						
○ เพื่อพักผ่อน	220	38.73	78	38.61	14	30.43
○ เพื่อประกอบธุรกิจ	24	4.23	22	10.89	2	4.35
○ เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ	144	25.35	58	28.71	10	21.74
○ เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	92	16.20	12	5.94	2	4.35
○ เพื่อเยี่ยมญาติ	40	7.04	12	5.94	8	17.39
○ บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว	32	5.63	10	4.95	4	8.70
○ เพื่อมาทำงาน	16	2.82	10	4.95	6	13.04
รวม	568	100	202	100	46	100
บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						
○ ตัวท่านเอง	214	46.12	38	24.68	4	9.52
○ ภรรยา/สามี	26	5.60	34	22.08	6	14.29
○ บริษัทของท่าน	10	2.16	0	0.00	4	9.52
○ เพื่อน/ญาติพี่น้อง	160	34.48	64	41.54	10	23.82
○ หน่วยงานต้นสังกัดของท่าน	4	0.86	2	1.30	6	14.29
○ บริษัทนำเที่ยว	8	1.73	6	3.90	4	9.52

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					
	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	n	%	n	%	n	%
o ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	36	7.76	6	3.90	4	9.52
o แฟนหรือคนรัก	6	1.29	4	2.60	4	9.52
รวม	464	100	154	100	42	100
วันที่มาท่องเที่ยว						
o วันหยุดประจำสัปดาห์	32	44.30	30	34.09	2	14.29
o วันหยุดนักษัตรฤกษ์	50	16.78	18	20.46	2	14.29
o วันหยุดเทศกาล	44	14.77	16	18.18	4	28.56
o วันหยุดลาพักร้อน	38	12.74	10	11.36	4	28.57
o มาเมื่อว่าง	34	11.41	14	15.91	2	14.29
รวม	298	100	88	100	14	100
การท่องเที่ยวธรรมชาติ						
o วังเนอร์ จังหวัดนครราชสีมา	126	17.26	14	6.67	2	5.26
o เขื่อนลำตะคอง	168	23.01	46	21.90	6	15.79
o อุทยานแห่งชาติทับลาน	90	12.33	34	16.19	2	5.26
o อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	196	26.85	72	34.29	12	31.59
o หาดชมตะวัน	96	13.15	24	11.43	8	21.05
o ผาเดียวดาย	54	7.40	20	9.52	8	21.05
รวม	730	100	210	100	38	100
การท่องเที่ยววัฒนธรรม						
o ปราสาทพะโค	34	3.52	4	1.75	4	10.53
o วัดบ้านไร่	134	13.87	32	14.04	2	5.26
o วัดศาลาลอย	142	14.70	28	12.28	4	10.53
o อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	150	15.53	38	16.67	8	21.04
o พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย	104	10.77	14	6.14	4	10.53
o แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท	84	8.70	14	6.14	6	15.79
o อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	208	21.53	64	28.07	6	15.79
o พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน	110	11.38	34	14.91	4	10.53
รวม	966	100	228	100	38	100
การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา						
o ตลาดน้ำกลางดง	84	16.87	36	25.00	10	33.33
o ปาลิโอ้เขาใหญ่	256	51.41	62	43.06	8	26.67
o บ้านรมคว้น เขาใหญ่	50	10.04	18	12.50	8	26.67
o เมืองคาวบอย เขาใหญ่	108	21.68	28	19.44	4	13.33
รวม	498	100	144	100	30	100

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					
	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	n	%	n	%	n	%
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา						
○ ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ	54	17.31	28	29.79	8	50.00
○ สวนสัตว์นครราชสีมา	258	82.69	66	70.21	8	50.00
รวม	312	100	94	100	16	100
พาหนะในการเดินทาง						
○ รถยนต์ส่วนบุคคล	264	55.70	86	69.35	12	30.00
○ รถโดยสารประจำทาง	66	13.92	8	6.45	4	10.00
○ รถนำเที่ยว รถทัวร์	80	16.88	18	14.52	8	20.00
○ รถตู้	32	6.75	6	4.84	6	15.00
○ รถจักรยานยนต์	32	6.75	6	4.84	10	25.00
รวม	474	100	124	100	40	100

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อาชีพ											
	ข้าราชการ		พนักงานเอกชน		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักศึกษา		แม่บ้าน+ว่างงาน	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว												
○ ชมโบราณสถาน	30	34.09	26	29.55	30	30.62	8	23.53	114	28.50	30	29.41
○ ชมธรรมชาติทิวทัศน์	26	29.55	30	34.09	20	20.41	14	41.18	124	31.00	26	25.49
○ นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์	26	29.55	22	25.00	28	28.57	8	23.53	88	22.00	18	17.65
○ ชิมอาหารพื้นเมือง	4	4.55	10	11.36	10	10.20	2	5.88	68	17.00	22	21.57
○ ห้างสรรพสินค้า	2	2.26	0	0.00	10	10.20	2	5.88	6	1.50	6	5.88
รวม	88	100	88	100	98	100	34	100	400	100	102	100
ด้านเหตุผลที่มาท่องเที่ยว												
○ เพื่อพักผ่อน	36	37.51	36	39.13	42	33.88	12	37.50	140	36.08	46	54.76
○ เพื่อประกอบธุรกิจ	8	8.33	14	15.22	10	8.06	0	0.00	16	4.12	0	0.00
○ เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ	30	31.25	20	21.74	32	25.81	12	37.50	98	25.26	20	23.82
○ เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	6	6.25	10	10.87	6	4.84	4	12.50	74	19.07	6	7.14
○ เพื่อเยี่ยมญาติ	6	6.25	6	6.52	16	12.90	0	0.00	26	6.70	6	7.14
○ บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว	2	2.08	6	6.52	10	8.06	4	12.50	24	6.19	0	0.00
○ เพื่อมาทำงาน	8	8.33	0	0.00	8	6.45	0	0.00	10	2.58	6	7.14
รวม	96	100	92	100	124	100	32	100	388	100	84	100

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	อาชีพ											
	ข้าราชการ		พนักงานเอกชน		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักศึกษา		แม่บ้าน+ว่างงาน	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ												
○ ตัวท่านเอง	20	22.22	34	40.48	16	20.52	14	41.18	144	47.70	28	41.18
○ ภรรยา/สามี	18	20.00	16	19.05	18	23.08	0	0.00	12	3.97	2	2.94
○ บริษัทของท่าน	6	6.67	4	4.76	0	0.00	0	0.00	4	1.32	0	0.00
○ เพื่อน/ญาติพี่น้อง	32	35.56	22	26.19	40	51.28	8	23.53	102	33.77	30	44.12
○ หน่วยงานต้นสังกัดของท่าน	4	4.44	2	2.38	0	0.00	2	5.88	2	0.66	0	0.00
○ บริษัทนายจ้าง	6	6.67	4	4.76	0	0.00	2	5.88	6	1.99	0	0.00
○ ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	2	2.22	2	2.38	2	2.56	6	17.65	30	9.93	4	5.88
○ แฟนหรือคนรัก	2	2.22	0	0.00	2	2.56	2	5.88	2	0.66	4	5.88
รวม	90	100	84	100	78	100	34	100	302	100	68	100
วันที่มาท่องเที่ยว												
○ วันหยุดประจำสัปดาห์	10	25.00	20	40.00	18	37.50	10	55.56	92	47.91	14	26.92
○ วันหยุดนักขัตฤกษ์	14	35.00	14	28.00	4	8.33	2	11.11	32	16.67	4	7.69
○ วันหยุดเทศกาล	10	25.00	4	8.00	8	16.67	0	0.00	32	16.67	10	19.23
○ วันหยุดลาพักร้อน	0	0.00	8	16.00	8	16.67	2	11.11	16	8.33	18	34.62
○ มาเมื่อว่าง	6	15.00	4	8.00	10	20.83	4	22.22	20	10.42	6	11.54
รวม	40	100	50	100	48	100	18	100	192	100	52	100
การท่องเที่ยวธรรมชาติ												
○ วังเณร จังหวัดนครราชสีมา	2	2.05	16	11.77	10	10.00	8	21.05	92	19.24	14	10.94
○ เขื่อนลำตะคอง	28	28.57	36	26.47	10	10.00	12	31.58	110	23.01	24	18.75
○ อุทยานแห่งชาติทับลาน	14	14.29	22	16.18	16	16.00	4	10.53	56	11.72	14	10.94
○ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	34	34.69	38	27.94	36	36.00	12	31.58	126	26.36	34	26.55
○ หาดชมตะวัน	10	10.20	14	10.29	16	16.00	2	5.26	66	13.81	20	15.63
○ ผาเดียวดาย	10	10.20	10	7.35	12	12.00	0	0.00	28	5.86	22	17.19
รวม	98	100	136	100	100	100	38	100	478	100	128	100
การท่องเที่ยววัฒนธรรม												
○ ปราสาทพะโค	2	1.92	8	4.94	6	5.17	0	0.00	18	2.85	8	4.71
○ วัดบ้านไร่	12	11.54	32	19.75	8	6.90	8	17.39	88	13.88	20	11.76
○ วัดศาลาลอย	18	17.31	30	18.52	8	6.90	8	17.39	94	14.83	16	9.41
○ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	22	21.15	26	16.05	16	13.79	10	21.74	100	15.77	22	12.94
○ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย	6	5.77	10	6.17	12	10.34	4	8.70	70	11.04	20	11.76
○ แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท	6	5.77	8	4.94	8	6.90	6	13.04	60	9.46	16	9.41
○ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	26	25.00	30	18.52	38	32.76	8	17.39	130	20.50	46	27.07
○ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน	12	11.54	18	11.11	20	17.24	2	4.35	74	11.67	22	12.94
รวม	104	100	162	100	116	100	46	100	634	100	170	100
การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา												
○ ตลาดน้ำกลางดง	14	20.00	20	23.81	14	17.50	6	20.00	58	18.24	18	20.00
○ ปาลิโอ้เขาใหญ่	36	51.42	36	42.86	40	50.00	14	46.67	156	49.06	44	48.89
○ บ้านรมคว้น เขาใหญ่	10	14.29	10	11.90	8	10.00	4	13.33	34	10.69	10	11.11
○ เมืองควบอย เขาใหญ่	10	14.29	18	21.43	18	22.50	6	20.00	70	22.01	18	20.00
รวม	70	100	84	100	80	100	30	100	318	100	90	100

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	อาชีพ											
	ข้าราชการ		พนักงานเอกชน		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักศึกษา		แม่บ้าน+ว่างงาน	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา												
○ ศูนย์วิจัยข่าวโศกและข่าวพาดพิงแห่งชาติ	14	33.33	16	27.59	12	24.00	6	30.00	32	16.16	10	18.52
○ สวนสัตว์นครราชสีมา	28	66.67	42	72.41	38	76.00	14	70.00	166	83.84	44	81.48
รวม	42	100	58	100	50	100	20	100	198	100	54	100
พาหนะในการเดินทาง												
○ รถยนต์ส่วนบุคคล	40	76.92	46	62.15	48	64.86	14	41.18	168	54.20	46	48.93
○ รถโดยสารประจำทาง	4	7.69	12	16.22	2	2.70	6	17.65	44	14.19	10	10.64
○ รถนำเที่ยว รถทัวร์	6	11.54	6	8.11	12	16.22	4	11.76	58	18.71	20	21.28
○ รถตู้	0	0.00	4	5.41	4	5.41	6	17.65	24	7.74	6	6.38
○ รถจักรยานยนต์	2	3.85	6	8.11	8	10.81	4	11.76	16	5.16	12	12.77
รวม	52	100	74	100	74	100	34	100	310	100	94	100

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน							
	15,000 บาทหรือน้อยกว่า		15,001 - 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,001 บาท	
	น	%	น	%	น	%	น	%
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว								
○ ชมโบราณสถาน	150	27.78	56	34.58	18	32.15	14	26.92
○ ชมธรรมชาติทิวทัศน์	176	32.59	40	24.69	16	28.57	8	15.38
○ นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์	108	20.00	50	30.85	14	25.00	18	34.63
○ ชิมอาหารพื้นเมือง	100	18.52	2	1.23	6	10.71	8	15.38
○ ห้างสรรพสินค้า	6	1.11	14	8.65	2	3.57	4	7.69
รวม	540	100	162	100	56	100	52	100
ด้านเหตุผลที่มาท่องเที่ยว								
○ เพื่อพักผ่อน	204	39.69	64	41.57	24	36.37	20	24.38
○ เพื่อประกอบธุรกิจ	22	4.28	10	6.49	4	6.06	12	14.63
○ เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ	130	25.29	44	28.57	22	33.33	16	19.51
○ เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	90	17.51	8	5.19	2	3.03	6	7.32
○ เพื่อเยี่ยมญาติ	30	5.84	14	9.09	6	9.09	10	12.20
○ บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว	26	5.06	4	2.60	6	9.09	10	12.20
○ เพื่อมาทำงาน	12	2.33	10	6.49	2	3.03	8	9.76
รวม	514	100	154	100	66	100	82	100
บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ								
○ ตัวท่านเอง	208	49.76	32	23.87	10	16.67	6	13.64
○ ภรรยา/สามี	18	4.31	22	16.42	10	16.67	16	36.36
○ บริษัทของท่าน	6	1.44	4	2.99	2	3.33	2	4.55
○ เพื่อน/ญาติพี่น้อง	140	33.49	62	46.27	18	30.00	14	31.80
○ หน่วยงานต้นสังกัดของท่าน	0	0.00	4	2.99	4	6.67	2	4.55

ตารางที่ 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน							
	15,000 บาท หรือน้อยกว่า		15,001 - 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,001 บาท	
	n	%	n	%	n	%	n	%
○ บริษัทนำเที่ยว	8	1.91	2	1.49	8	13.33	0	0.00
○ ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	36	8.61	2	1.49	6	10.00	2	4.55
○ แฟนหรือคนรัก	2	0.48	6	4.48	2	3.33	2	4.55
รวม	418	100	134	100	60	100	44	100
วันที่มาท่องเที่ยว								
○ วันหยุดประจำสัปดาห์	130	48.15	22	26.82	6	25.00	6	25.00
○ วันหยุดนักขัตฤกษ์	32	11.85	30	36.59	6	25.00	2	8.33
○ วันหยุดเทศกาล	42	15.56	8	9.76	8	33.33	6	25.00
○ วันหยุดลาพักร้อน	34	12.59	16	19.51	0	0.00	2	8.33
○ มาเมื่อว่าง	32	11.85	6	7.32	4	16.67	8	33.34
รวม	270	100	82	100	24	100	24	100
การท่องเที่ยวธรรมชาติ								
○ รังนก จังหัดนครราชสีมา	118	17.56	18	9.09	4	7.15	2	3.85
○ เขื่อนลำนางรอง	160	23.82	46	23.24	10	17.86	4	7.69
○ อุทยานแห่งชาติทับลาน	72	10.71	36	18.18	12	21.43	6	11.54
○ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	184	27.38	60	30.30	18	32.14	18	34.61
○ หาดชมตะวัน	90	13.39	20	10.10	6	10.71	12	23.08
○ ผาเดียวดาย	48	7.14	18	9.09	6	10.71	1	19.23
รวม	672	100	198	100	56	100	52	100
การท่องเที่ยววัฒนธรรม								
○ ปราสาทพะโค	28	3.18	8	3.45	2	3.70	4	6.06
○ วัดบ้านไร่	128	14.55	32	13.79	4	7.41	4	6.06
○ วัดศาลาลอย	136	15.45	32	13.79	4	7.41	2	3.04
○ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	134	15.23	40	17.25	10	18.52	12	18.18
○ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย	90	10.23	20	8.62	2	3.70	10	15.15
○ แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท	82	9.32	8	3.45	6	11.11	8	12.12
○ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	184	20.90	62	26.72	16	29.63	16	24.24
○ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน	98	11.14	30	12.93	10	18.52	10	15.15
รวม	880	100	232	100	54	100	66	100
การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา								
○ ตลาดน้ำกลางดง	80	17.47	30	24.59	12	25.00	8	18.18
○ ปาลิโธ่เขาใหญ่	224	48.91	60	49.18	24	50.00	18	40.91
○ บ้านรมคว้น เขาใหญ่	52	11.35	14	11.48	6	12.50	4	9.09
○ เมืองควบอย เขาใหญ่	102	22.27	18	14.75	6	12.50	14	31.82
รวม	458	100	122	100	48	100	44	100
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา								
○ ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ	52	18.18	20	23.81	8	30.77	10	38.46
○ สวนสัตว์นครราชสีมา	234	81.82	64	76.19	18	69.23	16	61.54
รวม	286	100	84	100	26	100	26	100

ตารางที่ 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน							
	15,000 บาท หรือน้อยกว่า		15,001 - 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,001 บาท	
	n	%	n	%	n	%	n	%
พาหนะในการเดินทาง								
○ รถยนต์ส่วนบุคคล	234	55.45	82	63.08	22	57.89	24	50.00
○ รถโดยสารประจำทาง	64	15.17	10	7.69	4	10.53	0	0.00
○ รถนำเที่ยว รถทัวร์	72	17.06	20	15.38	6	15.79	8	16.67
○ รถตู้	32	7.58	4	3.08	2	5.26	6	12.50
○ รถจักรยานยนต์	20	4.74	14	10.77	4	10.53	10	20.83
รวม	422	100	130	100	38	100	48	100

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ เพื่อเป็นการพักผ่อนและสัมผัสกับธรรมชาติ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน เขื่อนลำตะคอง ตลอดจนสวนสัตว์นครราชสีมา และศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติที่นักท่องเที่ยวมาใช้ประชุมสัมมนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและยังเป็นพื้นที่ลุ่มน้ำที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย มูลคำ (2551) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก และสอดคล้องกับศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ให้ทัศนะว่าสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญ

ประการหนึ่ง คือ สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวเอง

2. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางมาการท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ที่ตั้ง เส้นทางเดินทางหรือที่พักแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

3. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่กำหนดช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และ วันหยุดนักขัตฤกษ์เนื่องจากเป็นวันที่ว่างจากการทำงานหรือภารกิจอื่น ซึ่งทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนได้มากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของอริป เหลียวรุ่งเรือง (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวพักผ่อนสั้นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์ และงานวิจัยของ สามารถ ปิติพัฒน์ และ กฤษฎา หนองคาย (2556) ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และ วันหยุดนักขัตฤกษ์

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนและสัมผัสกับธรรมชาติ แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน ควรจัดกิจกรรมการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและมีคุณค่า นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมที่เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ รวมทั้งเพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน

1.2 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ เจ้าของกิจการกลุ่ม ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกไปแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีเพื่อน และญาติพี่น้องร่วมตัดสินใจ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านสถานที่พักแรมที่อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ และ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นการชักชวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยว เช่น การให้ส่วนลดสำหรับเพื่อนหรือ ญาติที่แนะนำมาเที่ยว หรือ การมาเที่ยวแบบสะสมแต้มสำหรับสมาชิกของครอบครัว หรือ เพื่อนร่วมก๊วน หรือจัดอาหารพิเศษหรือกิจกรรมพิเศษอื่นๆให้เพิ่มเติม แทนการให้ส่วนลดแก่นักท่องเที่ยว

1.3 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ควรมีป้ายบอกสถานที่ และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวตลอดตามเส้นทางเดินทาง รวมทั้งจัดให้มีสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจ

ที่พัก ควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่จะเข้ามาพักค้างคืน พร้อมอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้ครบครัน จัดเตรียมแผนที่ของแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการลูกค้า มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งจำหน่ายของฝากของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจด้านการจำหน่ายของฝาก สินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้าน เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ในจังหวัดนครราชสีมา ควรมีการจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าจำนวนมากที่เดินทางท่องเที่ยว และควรคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

1.5 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานสัตว์น้ำสุรนารี ป่าลิโด้เขาใหญ่ สวนสัตว์นครราชสีมา เพราะมีความสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และที่สำคัญควรจัดกิจกรรมรณรงค์ในเรื่องของการปลูกจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และจิตสำนึกสาธารณะของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบประเด็นอื่นที่น่าสนใจและคาดว่าจะประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงผู้ที่สนใจนำผลการศึกษานี้ไปขยายผลเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป ดังต่อไปนี้

2.1 ควรมีการต่อยอดงานวิจัยในเรื่องการสร้างยุทธศาสตร์หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับอาเซียน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เนื่องจากมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงอาจเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 2 ประเทศได้ในอนาคต

2.2 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งทางธรรมชาติของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้

ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปปรับปรุงและเสริมศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งเป็นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นไปในรูปแบบและทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). 2555 **แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2557 จาก <http://thai.tourismthailand.org/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2557. **สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา (รวมโคราชและปากช่อง)**. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2557. จาก <http://www2.tat.or.th>.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. 2555. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559** ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2557 จาก <http://www.mots.go.th>
- จิรวุฒิ หลอมประโดน และเอกภพ มณีนารถ. 2553. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้ากับร้านสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ**. พจนานุกรมจากมหาวิทยาลัยสยาม.
- ธีระวิทย์ พรายแย้ม. 2545. **การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นงลักษณ์ สุตินทบูลย์. 2556. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาโอ่งมังกรราชบุรี**. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 7 : 2**
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. 2538. **การวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. **จุลสารการท่องเที่ยว. 5(5): 10-16.**
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซน์.
- พระรุ่งธรรม คุ่มกระโทก. 2554. **การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการในการพัฒนา**

ตลาดริมน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ภราเดช พยัฆวิเชียร. 2539. **พัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางยั่งยืน**. **จุลสารการท่องเที่ยว. 15(2): 17.**
- มนัส สุวรรณ. 2549. **การจัดการสิ่งแวดล้อม หลักการและแนวคิด**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วรรณ วรชวณิช. 2546. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิลาส เตชะไพฑูริย์. 2546. **บททดลองเสนอบทเรียนจากร่มตและขบวนการต่อต้านสงคราม**. กรุงเทพฯ : พจนานุกรมวิวัฒน์ มูลนิธิวิถีธรรม.
- วศินี นวฤทธิศวิน. 2556. **การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา**. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 2(1) : 25-36.**
- ศรีธัญญา วรากุลทิตย. 2549. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สามลดา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่ Marketing Management**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Diamond In Business World.
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. 2545. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง**. **สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)**. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2557. **คนไทยแห่เที่ยวเหนือ-อีสาน ช่วงไตรมาสสุดท้ายปี'57... คาดสร้างเม็ดเงินสะพัดสู่ 2 ภาครวมกันมูลค่า 48,500 ล้านบาท**. ข้อมูลวันที่ 7 พฤศจิกายน 2014. ค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2557. จาก <http://www.kasikornresearch.com/>

th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33337

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. 2554. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สามารถ ปิติพัฒน์ และ ภูษฎา ณ หนองคาย 2556. ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 9 (3): 242-261.

สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. 2555. **สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา**. ค้นเมื่อ 24 เมษายน และ 26 มีนาคม 2557 จาก <http://www.nakhonratchasima.go.th/>

สำนักบริหารการทะเบียน. กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. **จำนวนประชากรและบ้าน**. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2557 จาก <http://stat.dopa.go.th/xstat/popyear.html>.

อนุชิต พึ่งปัญญาดี. 2553. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อธิป เหลียวรุ่งเรือง. 2554. **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในจังหวัดเชียงใหม่**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรทัย มูลคำ. 2551. **การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Koklič, M. K. & Vida, I. (2009). A Strategic Household Purchase: Consumer House Buying Behavior. **Managing Global Transitions**. 7(1): 75-96.

Kotler, P. (2011). **Marketing Management** (14 ed.). New York: Prentice Hall International Inc.

Vani, G., Babu, M, G., & Panchanatham, N. (2011). Yeimpact of Demographic Profile on Toothpaste Buying Behaviour in Bangaloure City. **Kuwait of Arabian Journal of Business and Management Review**. 1(1): 1-13.